

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, di Indonesia terdapat banyak perusahaan yang berkembang, salah satunya ialah yang berkembang dalam kelompok Perseroan Terbatas. Perseroan Terbatas atau yang biasa disebut dengan PT merupakan salah satu penggerak ekonomi terbesar yang ada di Indonesia. Menurut I.G. Rai Widjaja (2006) Perseroan Terbatas merupakan suatu badan usaha yang terdaftar dalam badan hukum dagang Indonesia. Adanya perusahaan yang tergabung dalam Perseroan Terbuka dapat membantu pemerintahan Indonesia dalam menciptakan lapangan pekerjaan bagi pengangguran, ikut serta dan rutin dalam membayar pajak guna meningkatkan kemakmuran di Indonesia, dan juga menjalankan kegiatan-kegiatan sosial yang mampu mengangkat kualitas lingkungan masyarakat. Di era sekarang ini perusahaan tidak hanya fokus pada kegiatan produksi, distribusi dan penjualan produk saja, melainkan juga merambah ke arah aspek-aspek sekunder, salah satunya mengenai citra perusahaan.

Citra perusahaan merupakan gambaran dari perusahaan dan bagaimana cara perusahaan mempengaruhi pandangan orang lain mengenai perusahaan tersebut (Ritonga, 2004). Gambaran yang baik mengenai perusahaan akan dikomunikasikan melalui program-program yang telah diciptakan oleh perusahaan, sehingga kesan baik yang diterima oleh publik dapat menguatkan perusahaan tersebut. Berbagai ragam cara telah dilakukan perusahaan dalam

menguatkan *brand* mereka dilembaga seperti promosi, iklan, *brand ambassador* hingga melakukan kegiatan sosial di lingkungan perusahaan itu bergerak.

Banyak perusahaan menjalankan kegiatan sosial yang menasar ke arah peningkatan kualitas hidup masyarakat di lingkungan perusahaan tersebut. Kegiatan sosial perusahaan yang biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah diterapkan oleh banyak PT yang ada di Indonesia. Hal tersebut telah diatur dalam hukum di Indonesia, dalam Undang-Undang tentang Perseroan Terbatas pada pasal 1 angka 3 Nomor 40 Tahun 2007 yang berbunyi “tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan sendiri, masyarakat sosial setempat, maupun masyarakat pada umumnya” (dalam Azheri, 2012).

Selain menjadi kewajiban perusahaan untuk melaksanakan aturan yang pada Undang-Undang tersebut, CSR dapat menjadi salah satu program yang dapat menciptakan citra baik perusahaan dimasyarakat. Banyak Perusahaan yang telah mengaplikasikan program CSR di berbagai daerah di Indonesia, bahkan tidak hanya terbatas di lingkungan perusahaan saja, tetapi juga mencakup wilayah lain yang menyangkut dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat. Melihat bagaimana PT Danone Aqua Tbk dalam menjalankan program CSR di Timor Tengah Selatan, NTT yang menggunakan slogan “1L air untuk 10L air bersih”. Program CSR yang telah dilakukan PT Danone Aqua Tbk yaitu membangun akses air bersih yang berasal dari daerah pegunungan dan

kemudian dialiri ke kampung-kampung warga yang mengalami kesulitan air bersih (Amaliafitri, 2009 dikutip melalui Okezone). Hal tersebut membuktikan bahwa program CSR dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Mengacu pada program CSR yang telah dilakukan oleh PT Danone Aqua Tbk. Fenomena CSR yang terjadi tidak hanya melibatkan perusahaan dan lingkungan masyarakat saja, akan tetapi pemerintah turut dilibatkan dalam program CSR ini. Beberapa perusahaan telah menyelaraskan program CSR mereka dengan program yang telah dibentuk pemerintah seperti BRI dan PT Bentoel (Yuswantoro, 2014 diakses melalui Sindonews). Dalam mewujudkan kota Malang yang indah dengan taman, BRI bekerjasama dengan Pemkot Malang mewujudkan revitalisasi alun-alun yang bersih, rapi dan nyaman. Saat ini alun-alun Malang menjadi salah satu tempat yang dikunjungi wisatawan dari luar Malang.

Berbeda halnya dengan program CSR yang dilaksanakan PT Bentoel yang bekerjasama dengan Pemerintah Kota Malang, yaitu menciptakan taman tematik seperti taman kunang-kunang yang berada di sepanjang jalan Jakarta hingga simpang Ijen. Pemerintah Kota Malang merupakan *stakeholder* dari PT Bentoel. *Stakeholder* merupakan istilah yang ditujukan untuk pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan. Menurut Estaswara (2010) individu atau organisasi yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan sehingga dapat mempengaruhi tujuan dari perusahaan tersebut. Sebagai *stakeholder*, pemerintah dapat membantu PT Bentoel dalam mengaplikasikan program CSR yang telah dirancang, serta memudahkan perizinan bagi PT Bentoel dalam menjalankan kegiatan perekonomiannya di Kota Malang. Berdasarkan hasil

dari program CSR yang telah dilaksanakan PT Bentoel, pemerintah terbantu dalam menjalankan program-program yang berkaitan dengan keindahan kota dan peningkatan kualitas hidup masyarakat yang berarti PT Bentoel telah membuktikan upaya untuk menciptakan citra baik pada masyarakat. Dalam menciptakan citra yang baik, perusahaan harus memiliki strategi yang tepat agar pesan dalam program CSR yang telah dilaksanakan dapat tersampaikan sesuai dengan tujuan. Sehingga akan ada hubungan timbal balik yang menguntungkan antara perusahaan dengan pihak terkait maupun perusahaan dengan sasaran program CSR yang telah dirancang.

Salah satu sasaran program CSR PT Bentoel yaitu lembaga di Kota Malang. PT Bentoel bekerjasama dengan Pemerintah Kota Malang melaksanakan salah satu program CSR yaitu membagi-bagikan ratusan unit komputer kepada sejumlah sekolah, yayasan, lembaga dan lembaga yang ada di Kota Malang. Hal ini dilakukan PT Bentoel sebagai bentuk dukungan mereka kepada Pemerintah Kota Malang dalam mewujudkan “Malang *Smart City*”. Namun program yang telah dilaksanakan menunjukkan ketidaksesuaian dengan kebutuhan sasaran yang dituju.

Melalui informasi yang diperoleh dari *website* resmi Pemerintah Kota Malang (diambil dari bidang informasi publik malang.go.id, 2017) program CSR yang dilaksanakan yaitu penyerahan beberapa unit lengkap laptop, *Central Processing Unit* (CPU), monitor, printer, proyektor dan perangkat lain layak pakai ke yayasan, lembaga, sekolah di Kota Malang yang telah ditunjuk sebagai perwakilan. Selain untuk mencapai ambisi Kota Malang yang menuju *Smart City*, menurut Hendro selaku Presiden Komisaris Bentoel Group,

program CSR tersebut juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup lembaga agar menjadi lebih baik, serta mempertahankan predikat Kota Malang sebagai Kota Pendidikan.

Berdasarkan pemberitaan mengenai program CSR PT Bentoel yang telah dijelaskan, terlihat bagaimana pihak *Public Relation* PT Bentoel telah bekerja dengan baik dalam membangun citra baik perusahaan. Namun apabila ditinjau dari pihak lembaga sosial perorangan Taman Baca Kerambil, merupakan salah satu bagian lembaga yang menerima bantuan tersebut, program CSR yang telah dilaksanakan tidak sesuai dengan yang dijanjikan oleh PT Bentoel, dimana penerima bantuan yang seharusnya mendapatkan satu unit komputer hanya mendapatkan salah satu bagian dari unit komputer seperti CPU, monitor dan printer. Jika diartikan dari kata “unit” menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti kata penggolong untuk barang yang lengkap dengan bagian-bagiannya. Sehingga apabila dikatakan satu unit komputer merupakan sebuah komputer lengkap dengan segala alat-alat yang membantu dalam mengoperasikan komputer tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat ketidaksesuaian antara rancangan program dengan apa yang telah diterima oleh pihak yang menerima bantuan.

Ketidaksesuaian program CSR ini dengan rancangan semula, membuat lembaga penerima bantuan merasa tidak dapat memanfaatkan bantuan yang diberikan, dikarenakan beberapa perangkat tersebut tidak memiliki nilai guna untuk mengoperasikan komputer seperti pada umumnya. Faktor lain yang juga mempengaruhi yaitu, terbatasnya dana yang dimiliki oleh lembaga sosial membuat mereka tidak mampu memenuhi kekurangan perangkat yang didapat

dari program CSR tersebut. Hal inilah yang membuat lembaga sosial Taman Baca Kerambil memilih untuk bersikap acuh dengan tidak mau tahu mengenai informasi program bagi-bagi komputer tersebut terhadap pihak terkait.

Berbeda hal dari apa yang ditunjukkan oleh pihak Pembantu Cabang Nahdatul Ulama (PCNU) Malang. Mengalami hal yang sama dengan hanya menerima 42 perangkat CPU, PCNU merespon baik bantuan CSR tersebut dengan memenuhi kekurangan perangkat. Sehingga, unit komputer yang diharapkan dapat diwujudkan. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu sekretaris PCNU Malang, Yuanda Kusuma. Mengatakan “Total 42 CPU yang diporeleh dari CSR PT Bentoel dapat dimanfaatkan dengan sangat baik, serta semua perangkat telah dibagikan ke setiap divisi yang ada di PCNU”.

Respon positif yang diperlihatkan oleh PCNU dan respon berbeda yang ditunjukkan Lembaga sosial peorangan tersebut merupakan bentuk sikap terhadap bantuan yang telah diberikan PT Bentoel. Menurut Bonner (dalam Effendy 1989) mengatakan jika sikap merupakan bentuk respon kecenderungan secara menyeluruh atau khusus dalam suatu tindakan menuju ke atau menjauh dari objek. Berdasarkan teori tersebut, dapat dikatakan bahwa terdapat kecenderungan pada lembaga khususnya lembaga penerima bantuan menunjukkan sikap positif atau sikap negatif terhadap program CSR yang dilakukan PT Bentoel.

Berdasar penjelasan fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap Pembentukan Sikap Lembaga di Kota Malang, yang

khususnya dilakukan pada lembaga penerima bantuan yang menjadi sasaran program CSR yang telah dilakukan oleh PT.Bentoel.

1.2. Rumusan Masalah

Apakah ada pengaruh program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Bentoel terhadap pembentukan sikap pengurus lembaga penerima bantuan CSR Kota Malang?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan ialah untuk mengetahui pengaruh program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Bentoel terhadap pembentukan sikap lembaga Kota Malang

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dapat mengaplikasikan teori dan praktek serta menerapkan ilmu yang didapat tentang pengaruh program CSR terhadap pembentukan sikap lembaga kedepannya.

2. Bagi Akademisi

Sebagai masukan untuk penelitian lainnya, atau dapat juga sebagai masukan untuk konsep program CSR agar dapat membentuk sikap lembaga.

3. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi dunia *Public Relations* agar dapat terus berinovasi dalam menjalankan kegiatan CSR.